

السينما والترويج السياحي في الصحراء الجزائرية

Cinema and tourism promotion in the Algerian desert

د. نوري بن حنيش

جامعة زيان عاشور، الجلفة (الجزائر)، n.benhanniche@univ-djelfa.dz

تاريخ النشر: 2021 / 07 / 10

تاريخ القبول: 2021 / 07 / 05

تاريخ الاستلام: 2021 / 05 / 05

ملخص:

إن المتجول في الصحاري عامة والصحراء الجزائرية خاصة، يجد نفسه لا محالة في شوق كبير لاكتشاف أسرارها والتروي من كنوزها، مما يجعله يخوض في أغوارها مقتفيا محاسنها، كونها قبلة سياحية تستقطب السياح من خلال وسائط إعلامية فنية تروج لها، على غرار فن السينما. وتعد السينما من أكثر الفنون انتشارا وتأثيرا على المتلقي، لما لها من أهمية في خدمة المجتمع وتطويره في شتى المجالات بالخصوص الثقافية والسياحية، مما جعلها إحدى الوسائط التي يتم من خلالها الترويج للسياحة الصحراوية في الجزائر، حيث شهدت عدّة منتجات سينمائية تبرز المناطق السياحية الصحراوية وما تحويه من آثار ومناظر زادت سحرا وجمالا.

الكلمات المفتاحية: ترويج، سياحة، سينما، طبيعة، مناظر، وسائط.

Abstract:

The wanderer in the deserts in general and the Algerian desert in particular, inevitably finds himself in a great longing to discover its secrets and narrate from its treasures, which makes him delve into its depths, following its merits, being a tourist destination that attracts tourists through artistic media that promotes it, similar to the art of cinema.

Cinema is one of the most widespread and influential arts for the recipient, because of its importance in community service and development in various fields, especially cultural and tourism, which made it one of the means through which desert tourism is promoted in Algeria, where several cinematic products highlight the desert tourist areas and what they contain. From the effects and scenes that increased its charm and beauty.

Keywords: Promotion, tourism, cinema, nature, landscapes, and media.

مقدمة :

تلعب السينما دورا بارزا في الترويج للسياحة الصحراوية في الجزائر من خلال الأفلام السينمائية، وبالخصوص الوثائقية التي تتعرض للتشهير والتعريف بالمناطق السياحية الصحراوية، وما تزخر به من تراث وعادات وتقاليد من خلال جرد لأهم المقومات السياحية عن طريق التصوير بالكاميرا، وإرسالها في أصدق صورة لاستقطاب أكبر عدد ممكن من السياح، فالسياحة من أكثر الصناعات نموا في العالم، لما تزخر به من مقومات تلفت نظر الإنسان وتسلب لَبّه بالمناظر الطبيعية والمعالم الأثرية، وقد أصبحت في يومنا هذا من أهم القطاعات في التجارة الدولية، وهي من أقدم الممارسات التي سلكها الإنسان فعليا، حيث تعدّد نشاطها تبعا لتعدد أنشطة الإنسان ذاته، وتعتبر السياحة الطبيعية أو البيئية أهم الأنواع السياحية وأحدثها، لأنها تقوم أساسا على التوازن البيئي، علاوة على الفوائد الاقتصادية والاجتماعية المعروفة للسياحة بشكل عام، وبخاصة لما تدره من أموال واستقطاب السياح من مختلف بقاع العالم، الأمر الذي جعل الدول تضعها ضمن برامجها الاستثمارية وتضع لها استراتيجيات محكمة بغرض تحفيزها وجعلها الشريان النابض لاقتصادها، وهذا ما برز جليا في السياحة الصحراوية التي أخذت في الانتعاش بشكل ملحوظ من حيث إقبال السياح والمرافق المتوفرة وتصنيف مناطقها وأثارها وتحفيز مختلف المنتديات والمهرجانات، كي تضمن حيزا أوسع واهتماما أكبر من قبل الزوار الذين صاروا يتوافدون على المناطق الصحراوية الجزائرية خاصة جلبا للراحة، والتمتع بسحرها وجمال مناظرها، من الطاسيلي إلى الأهقار، والتي أصبحت تعرض بشكل فني جمالي في أفلام سينمائية تختزل المسافة والزمن.

لما كانت السياحة من أبرز القطاعات التي تشغل حيزا واسعا من استراتيجيات الدول في الرقي والازدهار ودر العملة الصعبة، وضخ الدماء في الاقتصاد الوطني، كان لزاما من وضع أسس سليمة ومرتكزات قيامها، مما يضعنا أمام إشكالية الترويج السينمائي وعلاقته بالسياحة الصحراوية، كون السينما من أكثر الفنون انتشارا وتأثيرا على المتلقي، وهذا ما يحيلنا إلى عدة تساؤلات منها :

- إلى أي مدى يمكن اعتبار السينما من أبرز العوامل المساهمة في الترويج للسياحة الصحراوية ؟

- كيف تعاطت السينما مع سبل وعوامل الجذب السياحي ؟

- هل نجحت السينمائي في التأثير على المتلقي وتوجيهه نحو الإقبال على السياحة الصحراوية ؟

وللتعبير عما يمكن إيجاده من حلول للإشكالية البحثية استندنا إلى عدة فرضيات مرئية ومسموعة تسعى إلى تعزيز أو اصر الجذب السياحي من خلال الصورة التي تتخللها بعض الأفلام والريبورتاجات المتناولة التظاهرات الثقافية الفنية التي من شأنها الترويج للثقافية السياحية.

تعبر الفرضيات عن ما يمكن إيجاده من حلول من قِبَل الباحث بغية التغلب على المشكلة البحثية وذلك استناداً على ما يمتلكه من معرفة سابقة بصيغة مرئية أو مسموعة أو مرئية إزاء المشكلة التي هو بصدد دراستها والتباحث حولها.

تهدف الدراسة إلى :

- التعريف بالسياحة الصحراوية

- إبراز علاقة السينما بالسياحة والترويج لها من خلال الأفلام الوثائقية

- إبراز مدى تأثير الفن السينمائي في بعث السياحة الصحراوية.

وللإجابة عن إشكالية بحثنا واهم التساؤلات المتفرعة عنها انتهجنا مقاربة منهجية تجمع بين الوصف والتحليل، من خلال استعراض أهم خصائص الفن السينمائي، والتي من شأنها الترويج للسياحة الصحراوية، وكذا تحليل عينة من الأفلام، وإبراز تأثيرها الفعال على المتلقي وتوجيه اهتمامه وتفكيره اكتشاف المناطق السياحية.

أولاً: تعاريف ومفاهيم

1. مفهوم السياحة

انبثق مفهوم السياحة في البدء من التنقل والترحال بغض النظر عن مقاصد هذا التنقل، ثم أصبح بعد ذلك نشاطاً إنسانياً واجتماعياً يعتمد على الدوافع والغرائز وحب المعرفة والاستكشاف والتعلم، وما يتبع ذلك من تهذيب للسلوك واكتساب المهارات والمعلومات والاطلاع على المعارف بشتى صنوفها، وذلك عبر رحلة إنسانية اجتماعية.

تقوم فلسفة السياحة باعتبارها عنصراً أساسياً من حرية الإنسان، ونموذجاً جديداً للعلاقات بين الشعوب والحضارات، لتحقيق المعرفة المتبادلة والتقارب الفكري والسياسي وإحلال التفاهم والصدقة بين الشعوب، كما تشكل تواجداً ثقافياً من خلال الاطلاع على الحضارات والثقافات والمعارف الإنسانية للأمم والشعوب. (غرايبة، 2012)

1.1 تعريف السياحة

أ. السياحة لغة : هي كلمة مشتقة من اللغة اللاتينية Torno، وكلمة Tour تعني يدور ويجول، وسار على وجه الأرض. (مقابلة، 2007)

أما في اللغة الانجليزية Tourism تدل على الدوران والانتقال، أطلق عليها هذا المفهوم في سنة 1643 ليبدل على السفر والتجوال من مكان لآخر.

ب. السياحة اصطلاحاً : يطلق على السياحة صناعة القرن العشرين، أو بتروال القرن الواحد والعشرين، فالعالم النمساوي "هيرمان فونشوليرون" عرفها سنة 1910 على أنها الاصطلاح الذي يطلق على العمليات المتداخلة خصوصاً العمليات الاقتصادية المتعلقة بدخول الأجانب وإقامتهم المؤقتة وانتشارهم داخل حدود منطقة معينة، فالسياحة ما هي إلا إبداع وابتكار أنساني حسيما جاء في تعريف المؤرخ "مارك بوير"، وهي أيضاً مجموعة من الأنشطة البشرية التي تعمل على تحقيق هذا النوع من الصناعة والأسفار، وتعاون على إشباع رغبات السائح. (الشارف، 2016 - 2017)

يعود أول تعريف للسياحة للألماني "جوير فرويلر" عام 1905، والذي يعرفها على أنها ظاهرة عصرية تنبثق من الحاجة المتزايدة للحصول على الراحة والاستجمام وتغيير الجو والإحساس بجمال الطبيعة وتدوقها والشعور بالبهجة والمتعة والإقامة في مناطق لها طبيعتها الخاصة. (دحموني، 2006 - 2007)

ويعرفها "شراتهوفن" على أنها التفاعلات أي الأنشطة الاقتصادية المباشرة الناتجة عن وصول زوار إلى إقليم أو دولة بعيدا عن موطنهم الأصلي، والتي توفر الخدمات التي يحتاجون إليها وتشبع حاجياتهم المختلفة طوال فترة إقامتهم. (بوعكريف، 2011 - 2012)

2. تعريف الصحراء

ليس من السهل وضع تعريف دقيق للصحراء، إلا أنه يمكن اعتبارها كل منطقة لا تسقط فيها الأمطار أكثر من 250 ملم سنويا وتخلو أو يندر بها النبات، وتمتاز بمناخها القاري. (غرايبة، السياحة الصحراوية، 2012)

3. تعريف السياحة الصحراوية

السياحة الصحراوية هي كل النشاطات الناتجة من سفر وإقامة الأشخاص في منطقة صحراوية معينة لفترة أكثر من 24 ساعة وأقل من سنة وتشمل السياحة الصحراوية كل النشاطات الخاصة بزيارة الواحات والأماكن التاريخية والأثرية والثقافية في منطقة صحراوية معينة داخل الوطن أو خارجه ولا تكون بغرض العمل أو الإقامة الدائمة. (منير، 2012)

4. مفهوم الترويج السياحي

هو أحد أهم عناصر المزيج التسويقي السياحي، إن لم يكن أكثرها أهمية علة وجه الإطلاق، بل إن نجاح أي برنامج سياحي يتوقف على قدرة الشركة السياحية على ترويج هذا البرنامج وبالتالي تحقيق الهدف المسطر لجذب أكبر قدر ممكن من السواح لزيارة المكان المروج له. (اسمهان، 2016 - 2017)

5. تعريف الترويج السياحي

للكلمة المنقولة أثر كبير في الترويج السياحي، ويطلق على الكلمة المنقولة Mouth of word رجل البيع المتخفي، نظرا لفاعليتها ومصداقيتها الكبيرة كونها تصدر من طرف محايد، كما أن العلاقات العامة لها دور كبير في عملية الإعلام السياحي، من خلال تصميم البرامج الإعلانية التي تستطيع جلب الانتباه والحيازة على اهتمام السياح، وتعزيز الرغبة وتحريك التصرف لدى السوق السياحي المستهدف. (عبيد، 2010)

و يعد الترويج السياحي عملية إحداث المعرفة لدى السائح عن البرنامج السياحي وإحداث تفاعل ايجابي بين السائح وبين المعلومات التي حصل عليها عن طريق الجهود الترويجية وتشجيعه وتحفيزه على القيام بسلوكك ايجابي محوره التعاقد على أحد البرامج السياحية، ويعتمد الترويج السياحي على مخاطبة العواطف وإيقاظ الخيال وكسب المشاعر مع عدم إغفال النواحي الفكرية الموضوعية، فدور الترويج السياحي هو بناء صورة مضيئة وخلفية ايجابية لدى القدر الأكبر من الناس. (عمر، 2010)

ثانيا: السياحة الصحراوية

هي نوع من أنواع السياحة البيئية (الطبيعية)، مجالها الصحراء بما فيها من مظاهر طبيعية، تتمثل في: تجمعات الكثبان الرملية (الرق والعرق والسير) والجبال الجرداء والأودية الجافة والواحات الطبيعية، ومن مظاهرها البشرية نجد أسلوب حياة وثقافة الشعوب الصحراوية المتناغمة والمنسجمة تماما مع طبيعة

الصحراء، لتشكل في تفاعلها الطبيعي والبشري نمطا من أنماط الحياة المألوفة في المدن والأرياف. (غرايبيّة، 2012)

1. أهمية السياحة الصحراوية

بدأت الصحاري بشكل عام والعربية منها بشكل خاص في استقطاب السياح الذين يبحثون عن الهدوء ومراقبة الطيور والحشرات والزواحف والتزلج على الرمال وسباقات الصحراء والمهرجانات التي تعرض ثقافات وأسلوب حياة شعوب الصحراء.

- تساهم السياحة الصحراوية في دعم الاقتصاد الوطني من خلال السواح الأجانب وبالتالي الرفع من دخل العملة الصعبة

- تساعد السياحة الصحراوية في القضاء على البطالة من خلال تشغيل اليد العاملة وزيادة الدخل الوطني الإجمالي للبلد من خلال الاستفادة من خدمات الإقامة، النقل، الإطعام.

- تشجيع الصورة الايجابية عن البلدان المعنية في السوق السياحية. (فضيلة، 2013 - 2014)

2. مقومات الجذب السياحي في الصحراء الجزائرية

2.1 مقومات الجذب السياحي الطبيعية : تعتبر الطبيعة الوعاء الذي تتم فيه التفاعلات والأنشطة والمؤثرات كلها المتبادلة بين الإنسان والطبيعة، وما زاد من رونقها وأهميتها السياحية البناء الجيولوجي والتضاريس الصحراوية، حيث نجد أن التركيب الجيولوجي للصحاري يتوفر على تكوينات صخرية متفاوتة في أعمارها وأنواعها وألوانها والمعادن التي تحويها، ناهيك عن احتوائها على طبقات أرضية ومكاشف صخرية تستهوي السياح، كالصخور النارية مثل الغرانيت والبازلت، ترتبط هذه الصخور بالمعادن الفلزية مثل الذهب والنحاس والرصاص، وتشكل في تراكيها وتجمعاتها أشكالا جميلة تتخللها الممرات والكهوف الطبيعية، وتوجد على الأخص في الهقار، إضافة إلى الصخور الرسوبية التي من أشهر مكوناتها الكلس أو الجير، وترتبط بالمعادن اللافلزية مثل النفط، والفوسفات، وتمتاز بتشكيلات وتكوينات جميلة. (غرايبيّة، السياحة الصحراوية، مرجع سابق، 2012)

3.2 مقومات الجذب السياحي المناخية : من أكثر العناصر المناخية تأثيرا في الصحراء هي الحرارة والرياح وقلة الأمطار، لذلك تساهم هذه العناصر الثلاثة في تشكيل المظاهر المورفولوجية للصحراء من خلال عمليتي التفكك الصخري وتحلله، وعملية النحت في كل المناطق الجافة وشبه الجافة.

4.2 مقومات الجذب السياحي المائية : تعتبر المياه من أهم عناصر الجذب السياحي، حيث تتحكم في توزيع كل من النبات والحيوان والإنسان، وتزخر الصحاري بالمياه الجوفية، غير أنها تمتاز أحيانا بجودتها ونقاها.

5.2 الأماكن الأثرية : من أهم وأقدم المقومات الاجتماعية وأحدثها في قلب الصحاري، قامت العديد من الأنشطة البشرية قديما، وكونت حضارات خلفت وراءها العديد من الأبنية والآثار التي لا تزال شاهدة على قدرة الإنسان الصحراوي على التكيف في أوساط بيئية صعبة، وقادرة على الإبداع من خلال الاستثمار الايجابي لمكونات البيئة التي يعيش فيها.

6.2 الثقافة وعناصرها المختلفة : تعتبر من المقومات الاجتماعية المهمة، وفي مقدمتها العادات والتقاليد والتراث والفولكلور الوطني والمهرجانات المعبرة على ذلك مثل مهرجان أهليل بتيميمون.

7.2 الأمن : من أقوى مقومات البيئة الاجتماعية للسياحة، وبخاصة في المناطق الصحراوية، حيث تتباعد المسافات وتقل الرقابة الأمنية، وتعتبر السياحة من أكثر القطاعات حساسية وتأثرا بالأمن، لذلك قامت بعض الدول بعمل شرطة بيئية وشرطة سياحية.

8.2 الصناعات التقليدية : تزخر الصحاري بهذه الصناعات التي كانت تعبر عن أسلوب الحياة للبدوي في الصحراء، والجدير بالذكر أن هذه الصناعات هي تعبير رائع لمفهوم استثمار خامات البيئة وبما يتناسب ويتناغم معها، ونذكر منها صناعة الأبسطة والسجاجيد والجلود ...

9.2 الرمال : تشكل الرمال عنصر جذب سياحي للمهتمين بدراستها وللسياح الذين يبحثون عن الدفء، هربا من برد الشتاء القاسي الذي يتعرضون له في وسط أوروبا وشمالها، وأكثر ما يلفت السائح في الصحراء ظاهرة الكثبان الرملية لأنها الأكثر شيوعا من الناحية الطبيعية.

10.2 الكثبان الرملية : هي من أكثر الظواهر الطبيعية انتشارا في الصحاري، وتستطيع المناطق الصحراوية أن تسوق هذا المنتج السياحي بأساليب وطرق متنوعة، مثل إقامة المخيمات، أو الرحلات على ظهور الجمال أو السيارات أو الطائرات لمشاهدة هذه التجمعات الرملية وتصويرها وممارسة الرياضات المختلفة فيها.

11.2 الواحات الصحراوية : الواحات هي مناطق الخضرة الدائمة في الصحراء، وتعد عموما من أهم المعالم السياحية الصحراوية، ومن أكثر عناصر الجذب السياحي، كما يمكن إقامة المهرجانات السياحية الثقافية في هذه الواحات، كما هو الحال في المهرجانات التي في أدرار، واد سوف، تيميمون ...

12.2 الكهوف والأودية والبحيرات : يوجد في الصحاري مظاهر مورفولوجية تستدعي اهتمام السائح وتجذبه إليها، وهي ظاهرة انتشار الكهوف والمغارات التي تشكل نقاط جذب سياحي مهمة، وكذا الأودية والروضات المتنوعة نباتيا بعد سقوط الأمطار، كما تظم العديد من البحيرات.

13.2 شروق الشمس وغروبها : وهي من عناصر الجذب السياحي المهمة في البيئات الصحراوية، واللافت للنظر في ليل الصحراء حينما يحل الظلام تشعر باقتراب النجوم أكثر من الأرض، حيث تستطيع أن ترى أعدادا هائلة من النجوم أكثر مما تراه في المدينة، ونفس الشيء بالنسبة للقمر، ولكن الأجل من كل هذا هو مشاهدة شروق الشمس وغروبها، وتصف إحدى السائحات شروق الشمس وغروبها في صحراء الجزائر قائلة : " في الغروب كانت الشمس كصبيبة تلملم خصلات شعرها في طرحة بلدية سوداء، تعلن هبوط الليل، وفي الصباح أطلقت العنان لشلال شعرها الأشقر فوق الجبال زاهيا براقا معنا يوما جديدا. (غرايبة، السياحة الصحراوية، مرجع سابق، 2012)

3. أنواع السياحة الصحراوية بالجزائر

1.3 السياحة التاريخية (الأثرية والثقافية) : تعتبر الآثار التاريخية عاملا مهما في اجتذاب السياح لاسيما إذا توفرت على وسائل الترفيه والراحة، ويستقطب هذا النوع من السياحة كبار السن والعلماء والمثقفين والباحثين، وتحتوي الصحراء الجزائرية على العديد من الأماكن التاريخية والثقافية التي صنفت بعضها تراثا عالميا لاحتوائه على تغيرات حضارية متنوعة.

تزرخ الصحاري الجزائرية بعدة صناعات تقليدية مثل صناعة الزرابي والطرز على القماش، تقيم حفلات وأعياد ومواسم سنوية مثل عيد الزربية بغرادية، موسم تاغيت، ربيع أهقار، أسبوع تيميمون...

وتعد الجزائر ثاني بلد أثري بعد إيطاليا، إذ تحتوي على آثار رومانية موزعة على سبعة مواقع ضلت تراثا للبشرية منها: آثار الطاسيلي بالهقار الأقصى جنوب الصحراء، وقصبة الجزائر العاصمة، ومدينة تيمقاد بباتنة وغيرها.

2.3 السياحة الطبيعية: تلعب الطبيعة دورا هاما في جذب السياح إليها، خاصة إذا كانت تتميز ببنية نظيفة تنوع التضاريس، حيث تتميز منطقة الصحراء بالمساحات الشاسعة، والحرارة المعتدلة طوال أيام السنة والتي تشكل مصدرا هاما للسياحة الشتوية، وتختلف المناطق الصحراوية عن المناطق الشمالية من حيث طبيعتها الجغرافية، تضاريسها، مناخها ومن أهم محطاتها السياحية:

- مدينة الوادي وغرداية المنفردة بهندستها المعمارية شكلا وطرازا

- واحات الساورة ومن أهمها: تاغيت، بني عباس، تيميمون ...

- السلاسل الجبلية ذات الطبيعة البركانية بما فيها الأهقار والطاسيلي التي تعتبر أول محمية صحراوية مصنفة عالميا. (فضيلة، 2013 - 2014)

4. مشاكل السياحة الصحراوية

تزرخ الجزائر بثروات طبيعية ترشحها لتكون مقصدا سياحيا مستقبليا، يمتاز بتراث تاريخي وثقافي وحضاري متفرد، صقلته القرون عبر تاريخ الإنسانية، إلا أنه بقي غير مستغل، وذلك للأسباب التالية:

- العنف الذي شهدته الجزائر منذ التسعينيات، والذي دفع بجهود وإصلاح قطاع السياحة إلى الهاوية، على الرغم من الإمكانيات الهائلة التي يمتاز بها المنتج السياحي الصحراوي الجزائري، ففي صيف عام 2003 جرى اختطاف 32 سائحا أوروبيا على يد الجماعات المسلحة التي كانت تنشط في الجنوب الجزائري، ونتيجة هذا العنف تم التخلي عن المسلك الذي يعبر الصحراء الكبرى في الجزائر في رالي باريس في منتصف التسعينيات.

- شهدت الآثار حالات من السرقة والنهب على أيدي عصابات محلية وسياح أوروبيين في مناطق بعيدة من رقابة الأمن، ففي أثر مهرجان السياحة الصحراوي الأول المنعقد في مدينة تمنراست (عاصمة الهقار) تم القبض على خمسة سياح ألمان في متحف الطاسيلي الوطني، استطاعوا سرقة أكثر من مئة قطعة أثرية تعود إلى الإنسان الأول.

- الصيد الجائر الذي كاد يتسبب بانقراض بعض الحيوانات في محمية الطاسيلي الوطنية بالأهقار.

مع ذلك في الجزائر تنوع هائل في عناصر الجذب السياحي الصحراوي من جبال (ضوضا والهقار وتاجموت واسكريم)، وتكوينات بركانية، ومحميات وحظائر، وطنية، وتنوع بشري هائل، الأمر الذي أدى إلى زيادة عدد السياح الذين زاروا الصحراء الجزائرية في أثر استتباب الأمن (بعد عام 2004)، حيث أشارت مجلة أرابيز إلى أن الجزائر تتطلع إلى أن تصبح قطبا سياحيا بعد أن خرجت من عزلتها، حيث خصصت المجلة فقرات واسعة لتاريخ الجزائر القديم، منذ العصر الحجري الأخير، وتطرق فيه إلى الإرث البشري. (غرابية، 2012)

أشارت المجلة أيضا إلى أن هذا الوضع بدأ يتغير منذ وضع استراتيجية تنموية تهدف إلى بعث سياحة كبديل مولد لمناصب الشغل والثروات، كما أشارت المجلة إلى أن الجزائر تنتظر 3 مليون سائح في عام 2013، وبدأت السياحة الصحراوية بالانتعاش.

ثالثا : السينما وسيلة ترويج للسياحة الصحراوية

لعبت السينما منذ بداياتها أدوارًا كبيرة في التأثير على حياة الأفراد وقراراتهم وخياراتهم في الحياة، سواء سلبيًا أم إيجابيًا، إذ أصبحت ميدانًا واسعًا لتمرير الأفكار والمعتقدات والرغبات ونشرها بين الأفراد والمجتمعات في شتى مجالات الحياة، السياسية والاجتماعية والنفسية والثقافية وحتى ميدان السفر والسياحة.

ولسنواتٍ عديدة، وجد الناس مصدر إلهامهم للسفر في الكتب والروايات، لكنّ الأمر أخذ بالتطوّر والتغير مع ظهور المسلسلات التلفزيونية والأفلام السينمائية التي أصبحت أكثر شعبية من الأدب والقراءة في السنوات الأخيرة. ولهذا لا عجب وأن برز في السنوات الأخيرة ما يُعرف بمصطلح "السياحة السينمائية" كواحدٍ من أكثر القطاعات السياحية نموًا ورواجًا على نطاقٍ واسعٍ في العالم مقارنةً مع أنواع أخرى من السياحة.

والسياحة السينمائية هي ذلك النوع من السياحة المرتبط بفيلمٍ سينمائيٍّ معيّن بحيث تصبح الأماكن التي صُوّر فيها الفيلم وجهةً سياحية رائعة يقصدها محبوّ الفيلم ومعبوه للتعرف على المكان عن قرب رغبةً منهم في تجربة الهروب إلى "عالمٍ مختلف"، وهو عالم الأفلام والمسلسلات التي يشاهدونها.

إذ عادةً ما تميل الأفلام إلى التأثير على المشاهدين بشكل غير مباشر كجزء أساسي من رسالة الفيلم، وقد أكدت العديد من الأبحاث أن الأفلام تستطيع الوصول إلى الجمهور والتأثير به بشكلٍ أقوى من الإعلانات والبرامج السياحية التي تستهدف شريحةً معينة على وجه التحديد. (<https://www.noonpost.com>) < content

1. وظائف السينما ومميزاتها

تعمل السينما على إخبار الحقائق إلى الجماهير وذلك بعد جمع المعلومات والأنباء ومعالجتها وتحليلها ووضعها في الإطار المناسب ثم عرضها، مع القيام بالشرح والتفسير والتعليق، وتزويد الجمهور بخلفيات وتفصيل الأحداث والقضايا السياحية الراهنة. كما تعمل على بث مجموعة من الأفكار والقيم والمفاهيم والمعلومات لدى المشاهد، ونشر الثقافة، ناهيك عن الترفيه، حيث يمكن للإنسان أن يرى الشخصيات والتجارب والخبرات والمناظر التي تريح النفس وتبعث على المتعة والتسلية من خلال الفرجة، كما تتحلى السينما السياحية بعدة مميزات نكرمها على الأخص :

- الصدق والدقة والصراحة في عرض الحقائق الصحيحة الثابتة دون تحريف في عملية العرض البصري

- تنوير الأذهان وتثقيف المشاهدين

- التأثير في عقلية الجمهور ومستويات تفكيره وإدراكه للأحداث ووعيه بها.

وهذا فان الفيلم السينمائي المنجز بغرض الترويج للسياحي يأخذ ضمن أساسياته عدة وظائف وأدوار من شأنها التأثير في نفسية المشاهد، وإحاطته بكم هائل من المعلومات والحقائق التي تتمتع بها الصحراء الجزائرية اعتمادا على الصورة الحية في التقاط المشاهد الطبيعية من البيئة الواقعية، ومن أهم أهداف الترويج نذكر ما يلي :

- إقناع السياح المحتملين في الأسواق المستهدفة

- إحالة الناس على المدركات الحسية بالشكل الذي يخدم الأهداف في الإستراتيجية السياحية

- التعريف بمنافذ التوزيع من وسائل ومنظمي رحلات سياحية ووكالات سفر. (القادر، 2006)

ومن الوظائف التي تتسم بها السينما أيضا ما يلي :

أ . الوظيفة الإعلامية : تعتبر من الوظائف المهمة في مجال الإعلام، فهدفها شرح المعلومات وتفسيرها، ومنح تعريف بالبيئة التي تحيط بالإنسان، كما أن هذه الوظيفة تزود الناس بالمعلومات الجديدة التي تعود عليهم بالنفع في الحاضر والمستقبل، كما تمنحهم فرصة إبداء رأي يوافق المشاريع التي تقوم بها الدولة في جميع المجالات، فالأفلام أسلوب من أساليب الاتصال الجماهيري يقوم على تزويد الناس بالحقائق الثابتة والأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة ... وبالتالي تقديمها في صيغة فنية جميلة للمشاهدين عبر أنحاء العالم من أجل جلبهم لزيارة مختلف المناطق السياحية في الصحراء الجزائرية. (كامل، 1995)

ب . الوظيفة الدعائية : تعد الأفلام الوثائقية من الوسائل المهمة في مجال الدعاية، حيث تهدف هذه الوظيفة إلى ترويج المعلومات، والفيلم الوثائقي له إمكانيات كبيرة في إيصال الرسالة، أي أنه يقوم بدور مهم في تجسيد دور الحكومة ومؤسسات الدولة وإبراز إنجازاتهم في مختلف المجالات. ولهذا لا بد من الحكومات التي ترغب في إنعاش السياحة وترويجها والدعاية لها الاعتماد على برامج وأشرطة وروبورتاجات وأفلام وثائقية مستقاة من البيئة الصحراوية في عملية مسح لأهم المناظر الخلابة من خلال الكاميرا، وإعطاء معلومات وافية عن ما تزخر به من مقومات الجذب السياحي. (الرزاق، 2011)

ج . وظيفة التسجيل والتوثيق : تعد هذه الوظيفة مهمة جدا، فهي تساهم في نقل التجارب والخبرات، ووضع التراث والمحافظة على التاريخ وتوثيق الماضي، ونقله إلى الحاضر، ولهذا فهي تعتبر جزءا من عملية التوثيق والتسجيل الإعلامي، إذ تستخدم في تسجيل الأحداث والوقائع وتوثيقها من البيئة الاجتماعية والسياسية والثقافية، فالتوثيق عبارة عن جمع المعرفة المسجلة وتوفيرها، وذلك حتى تنال المعلومات الوثائقية أبردق من الاستخدام. وهذا ما نجده جليا في تلك الأفلام التي تقوم بالدعاية للسياحة الصحراوية من خلال الشهادات والتعليق لمختصين في مجال علم الآثار والسياحة، الذين يسردون وقائع وأحداث مرت منذ عصور خلت تشكلت من خلالها حضارات عريقة. (ناتوت، 2009)

2. الأفلام الوثائقية والسياحة

تعتبر الأفلام الوثائقية من أهم الأساليب الاتصالية، حيث يهدف الفيلم إلى الترويج للعملية السياحية من خلال :

. تقديم أهم المقومات السياحية للجمهور والتعريف بها

. نشر الوعي السياحي والثقافة السياحية

. خلق الطلب الإيجابي على السياحة.

ويمر الفيلم الوثائقي عبر عدة وسائط إعلامية تحل على المشاهد أينما كان وتنقل له المعلومات بالصوت والصورة، ومن بينها نجد :

أ. التلفزيون : يعد من أكثر وسائل الاتصال الجماهيري ملاءمة لعمل العلاقات العامة في ممارسة السياحة لقدرته على الانتشار وتنوع القوالب الفنية والبرامجية التي تخاطب مختلف فئات الجمهور، إذ يعمل على بث الصور والبرامج والأشرطة السياحية مستخدما الصوت والصورة مبرزاً أهم مقومات المقصد السياحي وعوامل جذبه للسياح، ومن مميزات هذه الوسيلة الإعلامية أن لها القدرة على مخاطبة جميع الفئات والشرائح وبمختلف المستويات الثقافية والوصول إلى عدد أكبر من المشاهدين في وقت واحد وهم في منازلهم. حيث يمكن استغلال الومضات الشهرية للترويج للسياحة الصحراوية، وكذا الأفلام الوثائقية التي تعرض من حين لآخر على شاشة التلفزيون، غير أن الوسائط الإعلامية في يومنا هذا أصبحت أكثر حداثة وتطوراً، إذ يمكن للسائح أن يتفحص أهم المناطق السياحية من خلال هاتفه أو جهاز الكمبيوتر عن طريق الأنترنت التي تتيح له فرصه الاكتشاف والتجوال واختيار وجهته السياحية، وقد ساهمت هذه الوسيلة بشكل كبير في الترويج للسياحة في الصحراء الجزائرية خصوصاً. (الدين، 1990)

ب. الأنترنت : تكمن أهمية استخدام الأنترنت في الإعلام من خلال قدرته الواسعة في الوصول إلى الأسواق السياحية المختلفة بصورة تختصر الكثير من الجهد والوقت والمال بأساليب بالغة التأثير والفعالية، حيث تتيح للمستهلك السياحي الحصول على جميع البيانات والمعلومات التي يحتاجها على المنتج السياحي. حيث توفر الوقت والجهد إذ يمكن للسائح أن يمر بعدة مناطق سياحية ويكتشف ما تحويه وأهم البيانات التي تتضمنها في وقت وجيز ومن أي مكان كان. (أسماء، 2015 - 2016)

1.2 تصنيف الفيلم الوثائقي المروج للسياحة

أ. تصنيف الأفلام الوثائقية بحسب المضمون : وهذا بأن يتناول الفيلم قضية معينة بأنها اجتماعية أو سياسية أو ثقافية أو فنية أو علمية، كما هو الشأن في فيلم دهاليز والطاسيلي التي تروي أحداث جرت في الماضي البعيد مخلفة وراءها زخماً كبيراً من التراث والآثار التي تجلب السياح من شتى بلدان العالم، ناهك عن أهم التظاهرات الثقافية والفنية التي تتسم بها البيئة الصحراوية كمهرجان أهليل بـ "تيميون"، ونشيد "قورارة"، ومنتدى "أتاكور"

ب. تصنيف الأفلام الوثائقية بحسب المعالجة : ويقصد بالمعالجة طريقة عرض الأفكار، وترتيبها ومناقشتها، بأي نمط يريد المخرج أن ينتج فيلمه، ومن أهمها أفلام الاستكشاف المكاني، وأفلام السرد التاريخي والسير الذاتية، أفلام المنجزات أو المشاريع العملاقة، أفلام الوقائع الحالية أو القضايا الساخنة، أفلام علمية أو تعليمية أو توعوية.

ج. تصنيف الأفلام الوثائقية بحسب البناء : ويقصد به أن المخرج يصور المشاهد في الفيلم دون مقابلات أو حتى صوت المعلق، ويبني الفيلم ضمن سياق اللقطات والمشاهد، فكثيراً ما نجد جل المخرجين يعتمدون

التصوير الأفقي في لقطات متعددة ليعطينا تحفة فنية بعد مرورها بعملية المونتاج. (اسمهان ب.، 2016 - 2017)

2.2 الأفلام الوثائقية السياحية

يعرض هذا النوع من الأفلام الوثائقية عرض الآثار والمعالم السياحية، إذ يقوم بوظيفة الكشف عن القيم الاجتماعية والفكرية والجمالية ويوسع آفاق التفكير عند المتلقي عبر تزويده بمعلومات حول الحضارات والمعالم الأثرية الموجودة في العالم.

1.2.2 الأفلام الثقافية

تهدف الأفلام الوثائقية الثقافية إلى نشر الثقافة العامة بين الفئات المختلفة في المجتمع من خلال عرض الموضوعات الفنية الاجتماعية والثقافية التي هي وسيلة من وسائل ونشر الثقافة والمعرفة، وتعريف المجتمعات بالثقافات المختلفة.

2.2.2 أفلام الرحلات والاستكشاف

تسجل هذه الأفلام بعض المظاهر السياحية لمختلف مناطق العالم، بحيث يتم التعريف بتلك المناطق والأماكن السياحية وذلك بغرض نشر المعرفة والثقافة، وغالبا ما نرى أن موضوعات أفلام الرحلات قد طغت عليها موضوعات ترويجية للسياحة والتجارة. (الرزاق ن.، 2011)

3. التعليق الصوتي

1.3 دور المعلق في الفيلم الوثائقي السياحي

يلعب المعلق دورا هاما في الترويج السياحي في الفيلم الوثائقي، فإذا نجح في جلب انتباه المشاهد بصوته وأسلوبه فبالضرورة سيساهم بنسبة كبيرة في التأثير على المتلقي والترويج السياحي للفيلم بشكل أكبر، والتعريف بالموضوع الذي تناوله الفيلم. (اسمهان ب.، اشكالية دبلجة الأفلام الوثائقية السياحية، مرجع سابق، 2016 - 2017) إذ لابد للمعلق أن يتسم بخامات صوتية دقيقة ومتميزة حتى يتمكن من ولوج قلوب المستمعين ويشد انتباههم لما يعرضه من معلومات تاريخية وثقافة عامة تترك أثرها البالغ في نفسية المتلقي وتجعله يتحرق شوقا لزيارة تلك المناطق التي جاءت على لسان المعلق، كما يجب أن ينسجم التعليق مع الصورة ويتماشى معه في تماسك محكم وجمالية من شأنها الترويج للمناطق السياحية في الصحراء.

2.3 فن التعليق الصوتي وأثره في الترويج السياحي

الصوت في الفيلم الوثائقي لا يقل أهمية عن الصورة، فمن خلال توظيف الصوت بالشكل المناسب تعزز الصورة، وفي كثير من الأحيان يمكن للصوت أن يرفع من قيمة التأثير البصري للفيلم الوثائقي، ويعتمد التعليق الصوتي على أربعة عوامل تساهم في تحديد هوية ومستوى فعاليته في الفيلم الوثائقي :

1.2.3 صياغة نص التعليق الصوتي : يستطيع المخرج أو مساعد المخرج أو المعد الرئيسي للفيلم صياغة التعليق الصوتي، ويراعى في كتابة التعليق جانب إثراء الصورة وليس الوقوف على وصفها أو تكرار ما جاء على

السنة المتحدثين في الفيلم، بالإضافة إلى استخدام اللغة المناسبة لطبيعة الفيلم، وكلما كانت اللغة سلسة ولا تعاني من ثقل في معناها أو في لفظها، كان استقبال المشاهد لها أسرع وفهمه لمضمونها أدق.

2.2.3 تدقيق ومراجعة النص : وهنا ليس المقصود فقط ضبط الجانب النحوي وسلامة اللغة، بل يتعداه إلى المساهمة في إعادة صياغة بعض الجمل التي قد تكون طويلة فيتم اختصارها، أو يكون تركيبها ثقيلًا ويمكن الاستعاضة عنها بجمل أكثر أريحية ليسمع المشاهد، كما أن من مهام المدقق لنص الفيلم الوثائقي حذف الأفكار المكررة وإعادة ملء النص بحيث يصبح جسداً واحداً لا نشاز فيه.

3.2.3 المعلق الصوتي : قد يكون راوي التعليق الصوتي هو مخرج الفيلم أو أحد أعضاء فريق صناعة الفيلم وقد يكون أحد متحدثي الفيلم الرئيسيين ممن تجمع عنده أبرز محاور الفيلم، وقد يكون أحد معلق الأفلام الوثائقية، وهنا يجب مراعاة خامة الصوت والقدرة على التقمص الصوتي لحالة النص المقروء، بحيث لا تكون كافة فقرات النص بذات النفس ودرجة الانفعال.

4.2.3 توزيع التعليق الصوتي على الفيلم : إن نص التعليق الصوتي هو المرشد للفيلم وهو الذي يدير عملية ظهور المتحدثين والأرشيف وكذلك توظيف الموسيقى الخلفية للفيلم، والبعض الآخر يرى أن نص التعليق الصوتي هو عنصر متضمن داخل الفيلم بحسب الحاجة وان جسد الفيلم هو المقابلات، أما الأرشيف والجغرافيك والوثائق والتعليق وغيرها فهي عناصر مكملة تسير وفقاً لتلك المقابلات، وفي كلا الحالتين توزيع التعليق بحسب أن ينسكب داخل الفيلم مثلاً مع المقابلات وإلا تطول المساحات التي يترك فيها الكلام للراوي. (اسمهان ب.، المرجع نفسه، 2016 - 2017)

4. الأفلام كبديلٍ عن الإعلانات: إنعاشُ للسياحة والاقتصاد

في عام 2014، وجدت شركة أبحاث السياحة التنافسية أن أكثر من 45 مليون سائحًا دوليًا اختاروا وجهات سفرهم في المقام الأول لأنهم شاهدوا فيلمًا أو عرضًا تلفزيونيًا تم تصويره في ذلك البلد. وقد كشفت دراسة استقصائية أجريت عام 2015 وتضمّنت أكثر من 2000 مشارك، أنّ واحدًا من بين كلّ أربعة أشخاص يختار بانتظام وجهاته السياحية على أساس فيلمه أو برنامجه التلفزيوني المفضل. وقد تصدرت نيوزلندا القائمة بفضل سلسلة أفلام "سيد الخواتم" أو "The Lord of the Rings" التي وضعت الدولة على خارطة الوجهات السياحية المميزة في العالم.

تشير بعض المصادر أنّ عدد الوافدين إلى نيوزلندا قد زاد بنسبة 50% منذ صدور الفيلم الأول من السلسلة "The Fellowship of the Ring" عام 2001. إذ قام معظمهم بزيارة المناطق الريفية والتمتع بالمناظر البانورامية الخلابة التي تظهر أمام أعينهم تمامًا كما ظهرت في الفيلم، خاصة قرية "الشاير" الشهيرة التي تم ذكرها في الفيلم، لا سيّما بعد أن قامت هيئة السياحة النيوزيلندية بتدشين حملة دعائية كبيرة من أجل الترويج لهذه الأفلام وتعريف السائحين من جميع أنحاء العالم بأماكن تصويرها. (content < <https://www.noonpost.com>, 2021) لقد أخذت العديد من شركات الإنتاج السينمائي مهمة الترويج للسياحة الصحراوية على عاتقها، كونها الوسيط الأكثر تأثيراً على المتلقي، وبإمكانه أن يجول بقاع العالم في وقت وجيز جداً، فأقبل المخرجون والمنتجون على تصوير عدة أفلام سواء كانت روائية أو تاريخية أو وثائقية في صحراء الجزائر، والتي تتحمل جزء من الترويج السياحي حسب تصنيفها، إضافة إلى ما تقوم به بعض الوجوه الشابة الهاوية لفن السينما والسياحة في مجال الإعلام والدعاية للسياحة الصحراوية نجد عدة

أفلام وروبرتاجات تبرز أهم العادات والتقاليد التي تزخر بها الصحراء الجزائرية تصوير بعض المهرجانات التي تقام بهذه المناطق، وكذا تصوير لأفلام قصيرة تظهر سحر الطبيعة والمناظر الساحرة الخلابة في عمق الصحراء الجزائرية.

رابعاً: أهم الانتاجات السينمائية الجزائرية السياحية

في الوقت الذي شهدت عرفت الجزائر الكثير من الانتاجات السينمائية المتطرفة لموضوع الثورة التحريرية، شهدت أيضا نوع آخر من الأفلام الداعمة و الناهضة للسياحة الوطنية بسبب اختيار منطقة سعيدة لتصويرهما و باعتبار أن سعيدة مدينة إستراتيجية بالدرجة الأولى و صناعية بالدرجة الثانية، من بين المشوقات السياحية التي قد تم اختيارها للتعريف بالمنطقة السياحية هي التركيز على تصوير المزارع و الحياة الريفية المروجة للسياحة الزراعية و التنمية الريفية و الحياة التقليدية التي تعكس واقع المواطن المحلي و المشاكل التي يعاني منها المزارع الجزائري من جهة و القطاع الزراعي من جهة أخرى خلال و بعد فترة الاحتلال الفرنسي، هذا و من خلال التحليل الذي قمت به، قام منتج هذه الأفلام بالترويج للعديد من المقومات السياحية التي تمتلكها المنطقة من بينها الحمامات المعدنية و المياه الرطبة التي تتميز بها و ذلك من خلال تصوير مشاهد على مستوى حمام ربي الذي سمي في مرحلة الاستعمار الفرنسي حمام الربيع المشهور بالمياه المعدنية مما ينتج سياحة علاجية تعزز من التدفق السياحي و الاستثمار على مستوى الحمامات المعدنية و تأهيلها كمقصد علاجي طبيعي و سياحي، في نفس الوقت لهذا الموقع أهمية صناعية تكمن في إنشاء مؤسسات خاصة لإنتاج مياه معدنية.

للإنتاج السينمائي دور كبير للتعريف و الترويج للسياحة بكل أنواعها محليا و دوليا، و الارتقاء بالذوق العام، كما تعتبر السينما سبب من الأسباب المستقطبة للسياح، لذلك لابد من دعم الإنتاج السينمائي الجزائري و تشجيع المبدعين في تصوير و إنتاج مثل هذا النوع من الأفلام المرتبطة بالسياحة و التراث الوطني، كذلك خلق جو تنافسي لتطوير و إنتاج أفلام سياحية، و ذلك من خلال إيجاد متنافسين بين منتجي و مصوري الأفلام من المحترفين و الهواة، و بذلك يتم تحفيز الشركات و المنشآت السياحية و وكالات السياحة و الأسفار على إنتاج المزيد من الأفلام السياحية للمساهمة في التعريف بالمنتجات و الخدمات السياحية و أهم المقومات الطبيعية و المواقع المميزة التي تمتلكها البلاد و ذلك لكون المناطق السياحية القديمة من أهم الأماكن للتصوير.

تعمل السينما على تصوير العديد من المناطق السياحية المندرجة ضمن قائمة التراث العالمي لليونسكو مثل وادي مزاب و طاسيلي، لكون هذه المواقع تشكل تاريخ بحد ذاته، و بقايا للمخلفات الأثرية الخاصة بالمرحلة الاستعمارية و الفتوحات التي مرت بها الجزائر، غير أن هذه المناطق لم تحض بأي تأطير أو اهتمام من طرف منتجي الأفلام و لم يتم استغلالها من طرف الشركات الخاصة بالسياحة لتنظيم جولات سياحية لعشاق السينما، على غرار مشكل عدم تطوير محتوى الأفلام الجزائرية إلا أنه هناك مشاكل أخرى تعرقل من الصناعة السينمائية المروجة للوجهة السياحية المحلية و ذلك فيما يتعلق بالتصوير على مستوى المناطق الطبيعية و الصحراوية و ذلك بسبب عدم اختيارها كمنطقة مؤهلة للتصوير بإمكانها استقطاب عدد كبير من السواح و تحويل هذه المناطق إلى مزارات سياحية تجذب المئات من محبي هذا النوع من الفنون، ممن يجدون متعة في مشاهدة مواقع تصوير أفلامهم المفضلة على الطبيعة و التقاط الصور التذكارية محل أبطالها الأصليين. (السياحة نيوز... سياحة السينما)

وتجدر الإشارة إلى أن "أوديسيا الصحراء" أو "ملحمة الصحراء": فيلم وثائقي للدكتور جيري كينات، تدور أحداثه في الصحراء الجزائرية، وتحديدًا الأكثر جاذبية فيها (في المنطقة الممتدة من تلمسان إلى الطاسيلي)، مدته 150 دقيقة، يصور الروائع الطبيعية للصحراء الجزائرية، ومفاتها الأكثر جاذبية لعشاق الصحراء، ويبرز الموروث الحضاري للمنطقة الذي يعود إلى آلاف السنين، ويسهم في المحافظة على البيئة ليكون وسيلة إشهار وترويج سياحي، بخاصة في بلدان أوروبا الشمالية، وفي جلب الاهتمام العالمي إلى ما تمثله الصحراء الجزائرية في الموروث الحضاري البشري. (غرايبة، السياحة الصحراوية، مرجع سابق، 2012)

ففي فيلم "دهاليز" المعد من طرف الجزيرة الوثائقية نجد أن المخرج اعتمد اللقطة العامة لالتقاط مشاهد مختلفة من البيئة الصحراوية ومن أماكن متعددة، كما اعتمد التصوير الأفقي في عملية مسح من خلال الكاميرا لأهم المناظر الطبيعية التي تزخر بها الصحراء الجزائرية وبالتحديد منطقة الطاسيلي، وبحركة بطيئة للفت وشد انتباه المشاهد، وتتواصل عملية جرد للرمال والصخور التي تتخللها مصاحبة بموسيقى ومؤثرات صوتية، ثم يبدأ المخرج في سرد الحقائق التاريخية والواقعية من خلال شهادات حية لمختصين في علم الآثار حتى يزود المشاهد والمتلقي بقيمة المنطقة وعمقها الحضاري، وبالتالي الترويج لها وجذب السياح.

خاتمة:

تعتبر السينما وسيلة من وسائل الترويج السياحي التي من شأنها نقل معلومات ووقائع لجل بقاع العالم في ظرف زمني وجيز وفي أبسط الظروف والحالات، إذ يمكن للمتلقي وهو في أقصى الشمال أن يتفحص ويتعرف على أهم مقومات الجذب السياحي في أقصى الجنوب الجزائري، من خلال عملية التسويق التي تقوم بها مختلف شركات الإنتاج السينمائي في الجزائر والدور الذي يلعبه المخرجين في تصميم وإنتاج أفلام سينمائية من شأنها التشهير والتعريف بأهم ما تزخر به البيئة الصحراوية بغرض استقطاب السياح من شتى ربوع العالم، غير أن ذلك لا يتأتى إلا بتوفير أرضية خصبة ضمن استراتيجيات الدولة في إنعاش القطاع السينمائي السياحي، وفسح المجال أكثر للمخرجين والمنتجين ودعمهم ماديا ومعنويا، كون الصحراء الجزائرية تحوي الكثير من الخبايا والأسرار تمتد إلى أقدم العصور، فهي جلية بالدراسة ووضعها في قالب جمالي فني من خلال الصوت والصورة، والدعاية لها وجعلها أكثر جذبا للسياح.

إن التنوع الجغرافي الذي تزخر به صحراء الجزائر من مناظر طبيعية وتضاريس وصخور وهضبات وبحيرات وواحات، ناهك عن المقومات الثقافية والحضارية والتاريخية كقيلة بأن تكون محطة اهتمام لدى العديد من مخرجي العالم، والذين راحوا يتوافدون عليها للغوص في أعماقها وفك طلاسم لغزها، واقتفاء ما تحويه من آثار وعادات وتقاليد تزرع الشغف والشوق في نفسية المتلقي وتجعله يتأهب لزيارتها، وهذا ما يستدعي اتخاذ التدابير اللازمة تجاه هذا الفن الذي من شأنه الترويج للسياحة، وغرس هذه الشعلة في أوساط السينمائيين الشباب، حتى يتسنى لهم المساهمة بجهود الكاميرا والصورة بمختلف أنواعها على إنتاج أفلام تصب في التعريف بالسياحة الصحراوية في الجزائر وبالتالي المساهمة بدفع عجلة التنمية الاقتصادية، وخلق موارد متجددة للدخل وذر العملة الصعبة، والارتقاء بالفن السينمائي والتحليق به في فضاء أرحب وأفق أوسع.

الإحالات والمراجع:

- 1 . خليف مصطفى غرايبة، السياحة الصحراوية: تنمية الصحراء في الوطن العربي، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، ط1، بيروت، تشرين الأول / أكتوبر 2012، ص 29
- 2 . أحمد محمود مقابلة، صناعة السياحة، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2007، ص 19
- 3 . بكري الشارف، دور التسويق السياحي في دعم التنمية السياحية، مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي، كلية العلوم التجارية والتسويق، جامعة مستغانم، الجزائر، 2016 - 2017، ص 11
- 4 . المرجع نفسه، ص 12
- 5 . عبد الكريم دحموني، تنمية وتطوير السياحة الصحراوية : دراسة حالة تمنراست، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2006 - 2007، ص 73
- 6 . زهير بوعكريف، التسويق السياحي ودوره في تفعيل قطاع السياحة: دراسة حالة الجزائر، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة منتوري قسنطينة، 2011 - 2012، ص 124
- 7 . خليف مصطفى غرايبة، السياحة الصحراوية، م س، ص 21
- 8 . نوري منير، أهمية الاتصالات التسويقية في تنمية السياحة الصحراوية في الجزائر، ورقة مقدمة في الملتقى الدولي الثاني حول السياحة الصحراوية في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، بسكرة، 11 مارس 2012، ص 04
- 9 . بوعزة اسمهان، إشكالية دبلجة الأفلام الوثائقية السياحية، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر، تخصص ترجمة وسياحة وتراث ثقافي، قسم اللغة الانجليزية، جامعة أب بكر بالقايد، تلمسان، الجزائر، 2016 - 2017، ص 30
- 10 . طه أحمد عبيد، مشكلات التسويق السياحي، دراسة ميدانية، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية 2010، ص 70
- 11 . محمد العطا عمر، صناعة السياحة واهميتها الاقتصادية، في الندوة العلمية : أثر الأعمال الازهابية على السياحة، دمشق 2010، ص 65
- 12 . هدير عبد القادر، المواقع السياحية في الجزائر، ط 2006، ص 86
- 13 . خليف مصطفى غرايبة، السياحة الصحراوية ، مرجع سابق، ص 22
- 14 . علال سناء/ عمران فضيلة، دور الاذاعة في تنمية السياحة الصحراوية، مذكرة لاستكمال شهادة ليسانس، تخصص اتصال وعلاقات عامة، قسم علوم الاعلام والاتصال، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2013 - 2014، ص 30
- 15 . خليف مصطفى غرايبة، السياحة الصحراوية، مرجع سابق، ص 77
- 16 . مرجع نفسه، ص 81 - 107
- 17 . علال سناء/ عمران فضيلة، دور الاذاعة في تنمية السياحة الصحراوية، مذكرة لاستكمال شهادة ليسانس، تخصص اتصال وعلاقات عامة، قسم علوم الاعلام والاتصال، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2013 - 2014، ص 29
- 18 . مرجع نفسه، ص 30
- 19 . خليف مصطفى غرايبة، السياحة الصحراوية، مرجع سابق، ص 182 - 183
- 20 . content > <https://www.noonpost.com>، تاريخ الاطلاع 2021/03/15
- 21 . محمود عبد الرؤوف كامل، مقدمة في علم الاعلام والاتصال بالناس، نهضة الشرق، جامعة القاهرة 1995، ص 202
- 22 . نهلة عبد الرزاق، دراسة تحليل مضمون للأفلام التسجيلية الوثائقية في قناة الجزيرة، مجلة كلية الآداب، ع 98، المجلة المستنصرية، القاهرة، 2011، ص 417
- 23 . هلال ناتوت، التوثيق الاعلامي، دار النهضة العربية، بيروت 2009، ص 60
- 24 . محمد سعد الدين، الاعلام (قراءة في الاعلام المعاصر والاعلام الاسلامي)، بيروت 1990، ص 154
- 25 . بن قوة فتيحة/ جبدل أسماء، الاعلام السياحي واقع وآفاق، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في علوم الاعلام والاتصال، تخصص اتصال سياحي، كلية العلوم الاجتماعية والانساني، قسم علوم الاعلام والاتصال، جامعة مستغانم، 2015 - 2016، ص 48
- 26 . بوعزة اسمهان، اشكالية دبلجة الأفلام الوثائقية السياحية، مرجع سابق، ص 23
- 27 . نهلة عبد الرزاق، دراسة تحليل مضمون للأفلام التسجيلية الوثائقية في قناة الجزيرة، مرجع سابق، ص 420 - 421

28 . بويزة اسمهان، اشكالية دبلجة الأفلام الوثائقية السياحية، مرجع سابق، ص 28

29 . مرجع نفسه، ص 25 - 27

30 . [https://www.noonpost.com > content](https://www.noonpost.com/content)، تاريخ الاطلاع 2021/03/15

31 . [www.syahanews.com > news](http://www.syahanews.com/news) ... سياحة السينما، تاريخ الاطلاع 2021/03/15

32 . خليف مصطفى غرابية، السياحة الصحراوية، مرجع سابق، ص 189